

电子商务大数据创造优势

课程背景

互联网的趋势不会停休，唯有顺势而为，学习利用“互联网大数据驱动力”打造企业自身的互联网平台商业模式，必然是当今各企业家们在“战略布局阶段”卡位未来的必须抉择。

课程设计

1. 本课集主讲人 20 年实战之功力，结合典型案例，充分与学员分享，强调简单实用。
2. 本课运用理论讲授、角色扮演、小组讨论、场景模拟、游戏体验等多种培训策略。
3. 本课采用《品牌团队积分榜》这一先进的教学模式，让学员创意队名、设计队训、集体 PK。对获胜的团队实行即时奖励，创造良好的学习氛围。快乐中学习，精通时应用。

课程目标：结合案例、深入研讨、学习利用利用互联网大数据分析、营销构建行业优势策略和方法

课程时间：6 小时

课程形式：以讲授为主，结合案例分析、互动体验等形式。

二元根基：卓越思维，制胜模式

三维制胜：取势、明道、优术

六度提升：高度、广度、深度、精度、专度、速度

课程对象：适合渴望利用互联网大数据分析、营销优势构建行业优势所有相关从业人员

主训导师：马兆林（简介略）

课程大纲：

一． 电子商务 web3.0

1. 互联网业态三大模式
2. 移动互联网时代
3. 互联网三要素
4. 互联网思维及应用

二． 大数据分析

1. 数据的收集和准备
2. 具备哪些大数据技能

3. 数据分析的八个极致模型

4. CRISP

三 . 大数据带来的变革和价值

1. 大数据带来的思维变革

2. 商业变革和大数据的价值体现

3. 大数据带来的管理变革

四 . 互联网金融消费个体人画像

1. 数据画像概述

2. 全息人技术

3. 标签模型

4. 特征分析

5. 场景分析

6. 消费行为分析

7. 互联网消费金融客户画像

8. 场景大数据精准营销

五 . 电子商务数据能力的打造

1. 数据分析的目的、方法、基本工具

2. 大数据生态

3. “抖音”营销大数据案例解析

案例呈现与标杆分析：格力、索尼、小米、乐视传媒、华为等、特斯拉，凯迪拉克、雷克萨斯、长安汽车等。

备注:以上大纲仅供参考,实际授课根据企业需求适当调整